

ÁREA DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS 2 - AO2
GERÊNCIA SETORIAL DO COMPLEXO AUTOMOTIVO

Data: Dezembro/99

Nº 28

Distribuição do Mercado de Veículos Leves
Passeio e Comerciais Leves

Este trabalho procura analisar o mercado brasileiro de veículos leves, automóveis de passeio e comerciais leves, através da segmentação dos produtos ofertados, ou seja, buscando classificá-los em faixas onde a concorrência entre os fabricantes é mais direta. Com a publicação, no último mês de novembro, pela Anfavea, do Anuário Estatístico da Indústria Automobilística 1999, referente ao desempenho de 1998, os dados que estão sendo utilizados neste Informe referem-se ao ano de 1998.

Basicamente, os veículos de passeio foram classificados em cinco segmentos (A, B, C, D e E) e os comerciais leves em outros quatro, quer sejam picapes derivadas, veículos de uso misto (incluindo as vans), picapes esportivas e as chamadas *full size*.

A classificação adotada privilegia a disputa de mercado pelos fatores tamanho e preço, observando que determinados produtos concorrem em mais de um segmento. Um bom exemplo são as picapes *full size*, projetadas com uma estrutura (motor e chassis) para grande capacidade de carga, e que nos centros urbanos muitas vezes adquirem uma conotação esportiva. Outro caso é dos sedans montados nas plataformas de veículos pequenos (segmentos A e B), como o Siena na plataforma do Pálio e o Corsa Sedan na do Corsa, e que com-correm com veículos médios (segmento C).

As principais características de cada um destes segmentos são:

a) automóveis

Segmento A: fazem parte deste grupo os veículos pequenos, geralmente os com menos de 1000 cilindradas, de acabamento básico, tendo apenas duas portas. São também chamados subcompactos ou minis. O exemplo clássico deste segmento é o Fiat Seicento, de 600 cilindradas, e que não é comercializado no Brasil, podendo ser citadas também algumas versões do Cuore (Daihatsu), do Renault Twingo, do Peugeot 106 e do Ford Ka. No mercado brasileiro este segmento confunde-se com o segmento B, uma vez que os veículos de 1000 cilindradas, além de terem participação majoritária, são ofertados em diversos modelos e níveis de acabamento.

Segmento B: enquadram-se neste segmento todos os modelos montados nas plataformas dos veículos chamados pequenos ou compactos, incluindo as peruas (ou *camionhete* ou *station wagon*) e os sedans.

Segmento C: são veículos médios, onde é destacada a presença dos modelos ditos de 3 e de 5 volumes (ou *hatch-back*). Os sedans e "peruas" deste segmento apresentam características concorrentes aos veículos do segmento D.

Segmento D: pouco maiores que os do segmento C, também são veículos médios, onde preponderam os sedans. As "peruas" também têm uma participação importante.

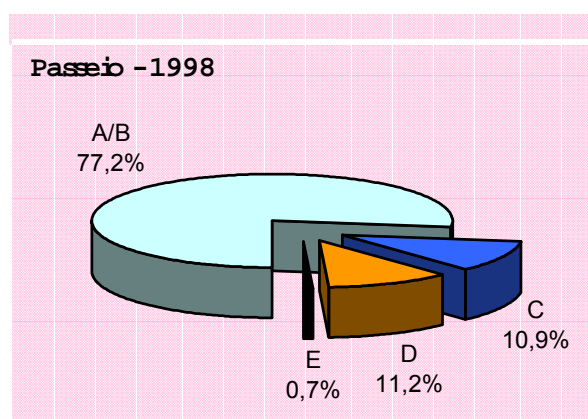
Segmento E: este segmento é composto pelos veículos grandes, pelos de luxo (top de linha) e pelos esportivos, estes últimos pelo critério de preço.

As principais plataformas/modelos de cada segmento são apresentados na tabela 1, considerando os modelos do segmento A agregados ao segmento B.

Tabela 1 - Principais modelos de automóveis de passeio comercializados no Brasil

MONTADORA	A/B	C	D	E
Fiat	Uno, Pálio, Siena	Tipo	Tempra, Marea	Alfa Romeo
Ford	Ka, Fiesta	Escort	Mondeo	Taurus
GM	Corsa	Kadett, Astra	Monza, Vectra	Omega, Suprema
VW	Gol, Parati	Golf, Ibiza, Polo	Santana, Quantum, Passat, Variant	
Chrysler			Neon	Stratus
Honda		Civic	Accord	Legend
Mercedes Benz		Classe A	Séries C e CLK	Séries E e S
PSA	Peugeot 206	Citroën Xsara, Peugeot 306	Citroën Xantia, Peugeot 406	Citroën XM, Peugeot 605
Renault	Twingo, Clio	Megane, Scenic	Laguna	
Toyota		Corolla	Corona, Lexus	Camry
Volvo			S40, V40	C70, S70, S80, V70

Como mostra o gráfico, os segmentos A e B representam mais de 75% do mercado de veículos de passeio, fazendo um total de 916 mil veículos vendidos em 1998, enquanto os segmentos C e D tem pouco mais de 10% cada, respectivamente e o segmento E, menos de 1% do mercado, em 1998.



b) Comerciais Leves

Picapes derivadas: este grupo é composto pelas pequenas picapes e furgões montados nas plataformas dos veículos de passeio do segmento B.

Picapes de uso misto: este segmento inclui as “peruas”, ou “vans”, que podem ser usadas tanto para o transporte de passageiros, como de carga.

Picapes esportivas: este é o segmento de maior sucesso no mercado norte-americano, e hoje é o maior responsável pelo crescimento daquele mercado. O sofisticado acabamento e a incorporação de tecnologias de motores (diesel de alta-rotação), com nível de ruído equivalente aos motores a gasolina, e de instrumentação (computadores de bordo), transformaram estes utilitários em veículos tão ou mais confortáveis que os automóveis.

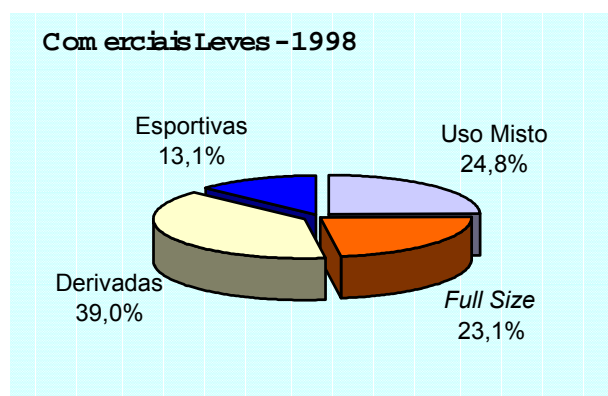
Picapes full-size: neste segmento estão as picapes de carga, Siverado e F250, agregando ainda as chamadas de tamanho médio, como a S10, a Dakota e a Ranger, que possuem uma capacidade de carga menor e concorrem com as picapes esportivas.

As principais plataformas/modelos de cada segmento dos comerciais leves são apresentados na tabela 2. Constan nesta relação, assim como da de veículos de passeio, apenas os associados da Anfavea, que responde por 98,5% dos veículos leves comercializados no país. Entretanto, no caso dos comerciais leves devem-se destacar dois importantes modelos de fabricantes que não encontram-se nesta lista, Mitsubishi Pajero e Suzuki Vitara, associados da Abeiva.

Tabela 2 - Principais modelos de comerciais leves comercializados no Brasil

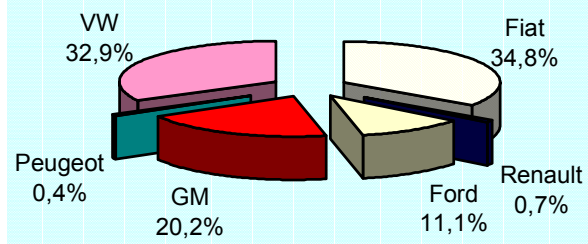
MONTADORA	DERIVADAS	Uso Misto	ESPORTIVAS	FULL SIZE
Fiat	Fiorino, Strada, Uno Furgão	Ducato		
Ford	Courier		Explorer	F1000, F250, Ranger
GM	Corsa Pickup, Ipanema	Trafic Space	Blaser	S10, Silverado
VW	Saveiro	Kombi, Caravelle, Eurovan		
Asia		Topic, Towner		
Chrysler		300M, Caravan	Cherokee, Wrangler	Dakota
Honda		Odyssey		
Mercedes Benz		MB180, Sprinter	MB230, MB320	
PSA	Citroën Berlingo, Peugeot Partner, Peugeot Pickup	Citroën Evasion, Peugeot 806, Peugeot Boxer		
Renault	Express	Trafic		
Toyota			Hi-Lux	

Como mostra o gráfico, as picapes derivadas formam o segmento com maior número de unidades vendidas, seguida pelas de uso misto e as *full-size*.

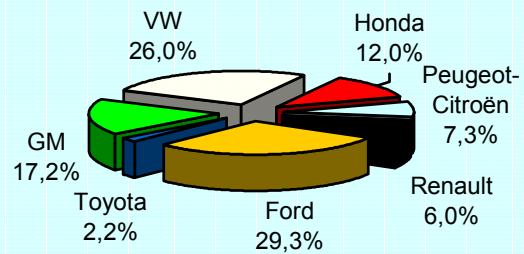


Os gráficos a seguir apresentam as participações de mercado nos diversos segmentos de automóveis de passeio e de veículos comerciais leves.

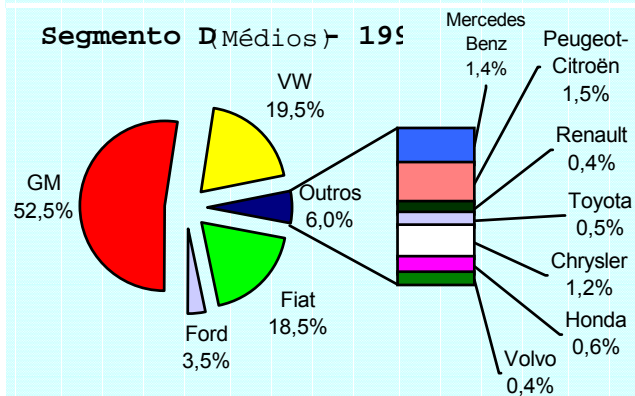
Segmentos A e B (Compactos) 1998



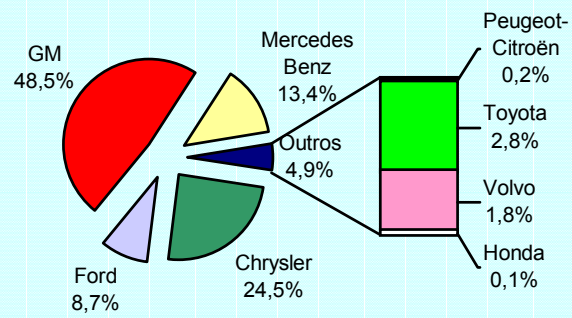
Segmento C (Médios) 1998



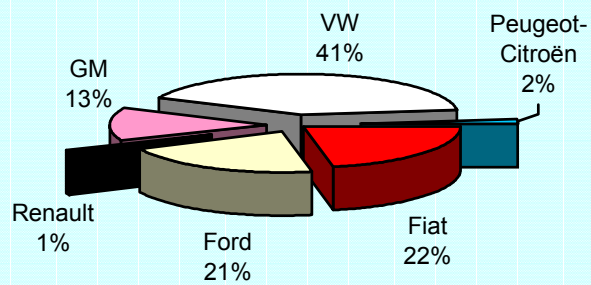
Segmento D (Médios) 1998



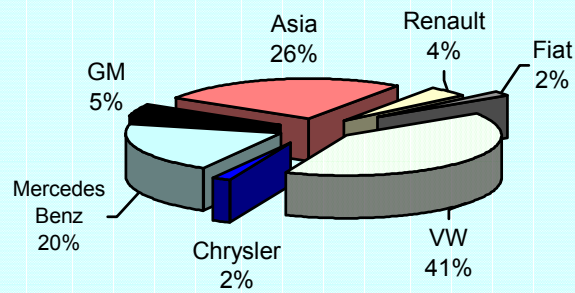
Segmento B Grandes 1998



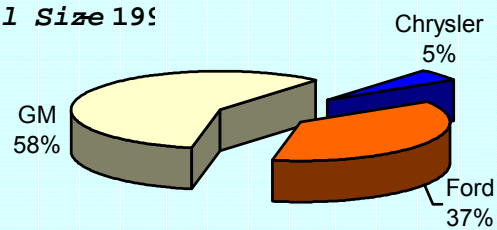
Picapes Derivadas - 1998

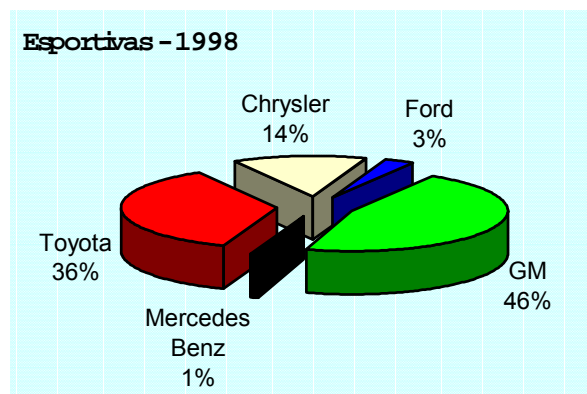


Uso Misto - 1998



Full Size 1998





Os quatro fabricantes de veículos leves já instalados no país dominam o mercado nacional, com produtos em todas as faixas, e notadamente o segmento de compactos, responsável pelo maior volume de vendas no país. Esta atuação leva a que os fabricantes busquem diferenciar seus produtos de modo a atrair os consumidores, além de preços e formas de financiamento.

Resumindo-se, no que se refere aos veículos de passeio pode-se observar que Volkswagen e Fiat têm maior representação nos segmentos A e B (compactos), sendo que o segmento C (médio) era então dividido entre a Volkswagen e Ford. A General Motors dominava nas faixas D (médio) e E (grande) concorrendo com outros produtos importados. Em 1999 através do lançamento de novo veículo (Astra), a GM passou a liderar o segmento C. Pelo apontado no trabalho, a General Motors apresenta uma distribuição de produtos mais equilibrada, tendo, de modo geral, forte presença em todos os segmentos.

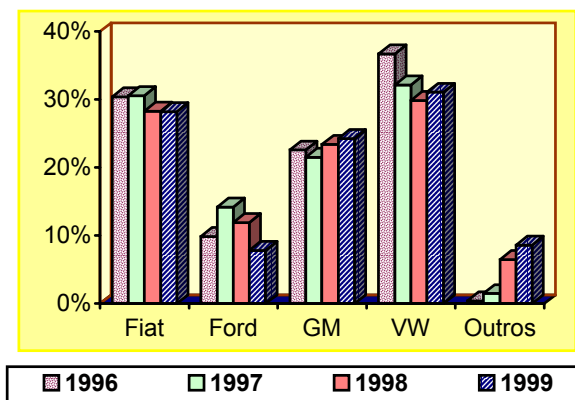
Entre as novas montadoras, que aumentaram suas participações nas vendas, apenas Renault e Peugeot ofertam produtos em todas as faixas, enquanto, até o momento, Honda e Toyota atuam a partir do segmento C.

Os segmentos A, B e C são aqueles de maior concorrência, destacando-se que o de carros médios, segmento C, deve ter a maior competição nos próximos anos, considerando os produtos trazidos pelos novos fabricantes, como Renault Megane, Honda Civic, Citroën Xsara e Toyota Corolla e os lançamentos das montadoras instaladas, como GM Astra, Fiat Brava e VW Golf, que, por proporcionarem margens maiores, viabilizam a menor escala de produção.

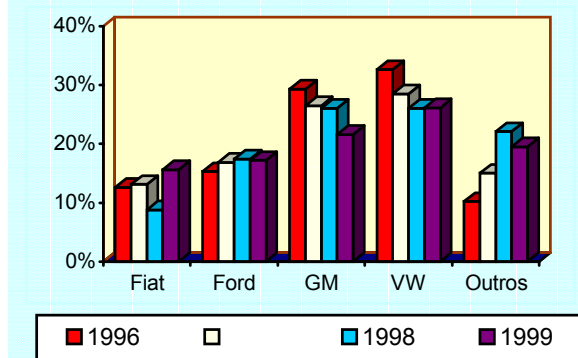
Com relação às picapes, a Volkswagen tem dominado nos segmentos de picapes derivadas e de uso misto, enquanto General Motors lidera os mercados de full size e de esportivas, este último segmento junto com Toyota. Deve ser observado que a General Motors concorre principalmente com produtos importados.

Com a queda de vendas que vem sendo registrada em 1999, foram feitos diversos lançamentos no mercado nacional, devido, inclusive, à inauguração das novas plantas, acirrando a concorrência em determinados segmentos. O quadro de participação total nas vendas apresenta-se como nos gráficos seguintes, para o período compreendido entre 1996 e 1999 (jan-out).

Mercado de Automóveis



Mercado de Comerciais Leves



Ficha Técnica:

Angela Maria M. M. Santos

Gerente Setorial

Caio Marcio M. Pinhão – Engenheiro

Lorenza C. Croesy – Estagiária de Economia

Apoio Bibliográfico: Marlene C. Matta

Email: ao2get2@bndes.gov.br

Fax: (021) 240-3504